

2015.03.30

**土木学会北海道支部
若手技術者の交流サロン ワークショップ実施記録**

公益社団法人 土木学会 北海道支部
古屋温美・岩田圭佑・田口伸吾・山田菊子

実施概要

名 称：土木学会 北海道支部 若手技術者の交流サロン
日 時：2015 年 1 月 31 日（土） 15:00～17:30
会 場：室蘭工業大学 C204 教室（室蘭市水元町 27-1）
内 容：ファシリテータを中心にグループごとにワークショップ形式にて議論した。
テーマは「土木学会のイメージアップ戦略」である。
主 催：（公社）土木学会 北海道支部
参加者：48 名（学生 18 名、若手技術者 4 名、ファシリテータ 4 名、オブザーバ 22 名）
A グループ：女性、B グループ：行政・研究機関、
C グループ：建設会社、D グループ：コンサルタント

プログラム

15:00 開会
15:00～15:05 開会挨拶：北海道支部長 太田祐司
15:05～15:15 実施要領説明：古屋温美
15:15～16:25 ワークショップ
16:25～17:00 結果の共有
17:00～17:20 総括：有村幹治・小野武彦（第 100 代会長）
17:20～17:30 閉会挨拶：北海道支部幹事長 羽二生望
司会：古屋温美

議論の概要

A グループ：女性

【ファシリテータ：古屋温美、若手技術者：松尾優子、学生 5 名】

初めに、自己紹介を兼ねてそれぞれがなぜ土木分野を志したのかを話し合ったところ、成り行きでという回答が多かった。また、土木＝自然環境を扱う学問であると考えた人もいた。

土木学会の良くないイメージには「男社会」や「知名度が低いこと」が挙げられた。一

方、良いイメージには「生活基盤を支える仕事」や「先生が親身である」との指摘があった。そこで、対象を学生に絞ったイメージアップ戦略を検討した。その結果、例えば土木の仕事には現場以外のものもあること、体力だけではなく頭を使う仕事もあることなどがあること、優秀な人材が必要とされていることをアピールしてはどうかという提案があった。また、「賞」を設置することも提案された。

B グループ：行政・研究機関

【ファシリテータ：岩田圭佑、若手技術者：西原照雅、学生4名】

イメージアップ戦略を考えるにあたって、そもそも、私たち土木分野の学生や社会人の学会員でさえも、土木学会の活動を理解しているとは言えないのではないかとこのところから議論が始まった。一方、土木学会では、土木分野の魅力を広く社会に紹介する取り組みを数多く実施しているものの、例えばせっかく現場見学会を実施しても、広報活動が不十分であったり、見学者のニーズにマッチしていないものも少なくないということを参加者は感じていた。このような現状認識を踏まえて、メンバー個々が考えたことには次のようなものがある。

- ・ 学部学生には土木学会がよくわからないことから考えて、そもそもアピールが足りないのではないだろうか。
- ・ 「体験」することで土木分野へのイメージが良くなるのではないだろうか。
- ・ そもそも価値観の違いがあることを前提として、「楽しくさせる体験」を提供する見学会を企画してはどうだろう。
- ・ 学生時代をただ時間つぶしにしてはもったいないので、様々なことを自分から「体験」することにした。例えば大型免許を取得した経験を通じて、土木の仕事も難しいことであるとわかった。土木学会の活動に、学生として企画から参加したい。

C グループ：建設会社

【ファシリテータ：田口伸吾、若手技術者：木滑隆介、学生4名】

まず、土木学会の歩みは、近代土木の歩みなので、「土木学会」を「土木」と読み替えて、イメージアップ戦略を考えた。

青色の付箋には C グループの参加者各自がWGに参加するにあたり、考えていることを示した。黄色の付箋には社会が建設業等に抱いていると考えられるイメージ、ピンク色の付箋にはどう変えるか、どう伸ばすかを示した。良くないイメージには、作業員の服装が怖い、危険、税金の無駄使い、忙しいことが、良いイメージにはものづくりの楽しさ、ひとりではできないチームワークの仕事ができること、子どもに自慢できる仕事であることがある。

そこで、高校生に対しては、土木が行う災害復旧などの「すごいこと」をメディアを通じて伝えること、例えば橋を観光の目玉として、資料を示すこと、工事にかかわったすべての人の名前を刻むことなどを試みてはどうか。土木に携わる人が仕事に誇りを持つことにつながるだろう。

最後に参加した学生が、それぞれ将来どんな形で土木と関わっていきたいかを発表した。

D グループ：コンサルタント他

【ファシリテータ：山田菊子、若手技術者：杉木直、学生 5 名】

最初に、それぞれが考える「土木学会」や「土木」のイメージや課題をできる限り数多く、青と黄色の付箋に書き出し、自己紹介を兼ねて一人ずつ発表した。これらを分類したところ、次の 5 グループを得た。すなわち「大事な仕事を行っていること」「交流」「ワークライフバランス」「誇り」「業界の構造」である。

その後、ブレインストーミングにより、課題に対応するための方策や戦略として 24 個のアイデアを得た。アイデアには次のようなものがある。現場を見せ、体験させる機会を作ること、「土木」を隠さずに作業着や自動車、働く人のすべてに建設会社の会社名を示すこと、「土木」のイメージ調査を実施すること、わかりやすい CM や良い例の報道を促すこと、女性を増やすこと、「ドボジョ」の事例をアピールすることで、働く環境の改善に繋げること、そもそも作るものの大切さを伝えるために情報公開を徹底することなどである。また、全体を通して、関わる人が「誇り」を持てること、そして「図々しいまでのアピール」を行うことを提案した。

講評

有村幹治 前・北海道支部幹事長

これまでに土木分野でノーベル賞を受賞したのは、経済学の分野の D. McFadden 教授のみであるが、今日の発表を聞いて、日本の土木がいつの日か受賞する日がくることを確信した。日本においても在外研究を行ったフランスでも、山に登り、世界を見渡して「自然」と「都市」について考えてきた。これからも考え続けていきたい。

小野武彦 第 100 代土木学会

会長職を引き受けた際に、支部のことがわからなければ学会の活性化はないと考えた。その気持ちと、自分の出身地に近い室蘭での開催であることもあって、本日のサロンに参加した。話を聞いていて会社で行った中堅社員研修を思い出し、心強く思っている。社長、会長を務めた建設会社で社員 1000 人に対して実施したアンケート調査の結果を紹介したい。仕事に誇りを持ったのは、「子どもに見せた」「役に立ったと喜ばれた」「仕上げた時の達成感を味わった」「人を育てたねと言われた」「お客さんから、あなたにやってもらいた

いと言われた」時であったという。このように「誇り」を持てる機会を作ることが大切である。例えば女性については、適材適所に配置しつつ、働きやすい環境を整備すること、コンサルタントのみなさんには、一気通貫のものづくりへの関与を目指して欲しいと思う。

以 上